

« EGO 2.0 »

Quelques considérations théoriques sur l'identité et les relations à l'ère des réseaux

PASCAL LARDELLIER

CÉLINE BRYON-PORTET

Ce texte s'interroge d'abord sur les nouvelles identités numériques, telles qu'elles se constituent dans les réseaux numériques, puis sur le statut des relations sur Facebook. Internet, et plus précisément ce que nous appelons le « web relationnel » (sites de réseaux sociaux et de rencontres) ont en effet permis à tout un chacun, depuis moins de dix ans, de jouer avec ses contours identitaires et déjà avec son état-civil, pour devenir *virtuellement*, « en ligne », lui-même et un autre à la fois. Ceci a des incidences sur les rapports sociaux, tels qu'ils se nouent sur le Net.

Ego 2.0

L'émergence récente de la Toile, et l'essor des sites de rencontres pour célibataires, des sites de réseaux sociaux et autres plateformes communautaires et affinitaires constituent une aubaine pour le chercheur s'interrogeant sur l'identité. En aparté, rappelons que le Net peut et doit être investi par les « enquêteurs du social » comme un véritable terrain socio-anthropologique, fût-il virtuel.

Le grand « come-back identitaire »

Mais avant de contextualiser notre étude sur ces réseaux qui *reconfigurent* l'identité, il convient de rappeler que le « sujet » effectue son grand retour dans la sphère des sciences humaines et sociales. Michel Wieviorka consacre à ce « come-back » le premier chapitre de son récent *Neuf leçons de sociologie*¹. Il y explique en substance qu'après l'éclipse structuraliste et le succès des approches faisant la part belle aux systèmes, le sujet revient sur le devant de la scène théorique. Ce retour est porté tant par le reflux de ces théories englobantes que par la reconsidération à la hausse des méthodes compréhensives faisant de l'écoute attentive des stratégies d'acteurs déclarées le point central de leurs approches. Et puis le paradigme postmoderne s'est imposé, qui remet le sujet et ses jeux d'acteur réflexif au cœur du système, ne rejetant plus celui-ci à sa périphérie.

Ce nouvel âge du sujet s'est trouvé précisément exprimé par un ensemble d'études et de propositions théoriques décrivant les habits neufs de l'identité. Garde-robe fort bien garnie, pour filer la métaphore, puisque des chercheurs évoquent tour à tour, pour qualifier cette profusion théorique, l'*Ego*², le « Moi », le « Je », l'acteur, « l'homme pluriel » (B. Lahire)... Depuis une quinzaine d'années, une masse conséquente d'études ont été consacrées, dans le seul champ sociologique, à cette identité en métamorphose. Étant entendu que ce dont les chercheurs prennent acte, c'est bien des bouleversements actuels qui affectent l'identité ; une identité traversant même une zone de turbulences, entre recomposition et métamorphoses, touchant les individus confrontés à des expériences les amenant à interroger ce qu'ils *sont vraiment*. Ainsi, on parle communément de « crise identitaire » ou de « recherche d'identité », pour qualifier les « troubles du Je » affectant adolescents, migrants et tout individu « travaillé » par des questionnements d'ordre sexuel, entre autres.

1. Wieworka M., *Neuf leçons de sociologie*, Paris, Robert Laffont, 2009.

2. Kaufmann J.-C., *Ego. Pour une sociologie de l'individu*, Paris, Nathan, 2001.

D'ailleurs, les problématiques sur l'identité croisent et recoupent celles sur l'individu et l'individualisme. Et là encore, sociologues et essayistes évoquent tour à tour « l'individu-roi » ou « l'individu incertain » (A. Erhenberg, décrivant dans un double mouvement autant un triomphe du sujet que sa remise en question *radicale*).

Pour autant, l'identité est un concept mouvant et surtout sensible, et les résonances politiques et médiatiques qu'il rencontre³ tendent à confirmer qu'il ne faut pas grand chose pour qu'il soit utilisé comme arme idéologique, dès lors qu'on lui adjoint des adjectifs comme « nationale » par exemple. Car alors, l'approche essentialiste fixe dans la durée ce qui semble n'exister que dans l'instant. Du moins cherche-t-elle à faire admettre la persistance *naturelle* d'un état qui n'est que transitoire, et qui permettrait ainsi de faire l'économie d'une analyse des constructions entre-sociales à l'œuvre, et qui « travaillent » l'identité.

Dès lors qu'on quitte le sens commun, en tout cas, la plupart des chercheurs interrogeant la notion s'entendent sur son caractère dynamique, évolutif et processuel, qui relève en fait d'une co-construction. Bien sûr, le « fond de l'identité » semble être construit par la culture d'origine. Ce « bain identitaire » est fait d'un mixte de valeurs, de référents (culinaires, par exemple) et d'expressions de diverses natures partagées par une communauté donnée et transmis par les processus éducatifs. Il est cependant soumis à des évolutions, des adaptations, et parfois des contestations. On revient au principe de co-construction processuelle et évolutive qu'on vient d'évoquer. Concernant les individus, cela a été mis au jour par la psychanalyse depuis fort longtemps.

Les champs contemporains d'expression identitaire

On peut affirmer que les identités contemporaines se trouvent interrogées par les modèles normatifs diffusés par les médias et les discours dominants comme la publicité.

Aussi, depuis deux décennies, les *talk-shows* et la télé-réalité ont donné la parole à des milliers d'individus venant invariablement exprimer face à la caméra ce « qu'ils sont vraiment ». Car finalement, « exprime, affirme et deviens ce que tu es », n'est-ce pas la thématique obsessionnelle de toutes ces émissions et de tous ces programmes⁴ voyant des quidams confesser leurs penchants

3. Cf. le débat public initié en France en novembre 2009, et conduit par le secrétaire d'État Éric Besson, autour de la notion « d'identité nationale ».

4. Référons par exemple aux émissions de Jean-Luc Delarue, de Mireille Dumas, ou avant celles-ci, de Pascale Breugnot. Il y est toujours question d'exprimer son « vrai moi », très souvent sexuel.

profonds, jusque-là souvent inavoués ? Or, c'est le dispositif médiatique qui leur offre soudain une formidable « caisse de résonance abréactionnelle ». En tout cas, ce genre télévisuel, qui préexistait et survit fort bien à la radio, donne à penser à ses millions de téléspectateurs réguliers que la « vérité identitaire » des individus, enfouie dans le non-dit, peut et doit être exprimée pour s'affirmer et s'assumer pleinement, pour peu qu'on l'y aide. Et les médias, toujours en quête de « parole authentique », semblent être là pour ça !

De même, la publicité a effectué il y a peu sa grande conversion identitaire. Ce n'est pas le moindre des paradoxes de constater que les objets et produits les plus standardisés en appellent à la « nature profonde » de ceux qui les consomment ou les utilisent. Ainsi, *Mac Donald's* et sa désormais récurrente campagne autour de « Venez comme vous êtes », le « Ça c'est vraiment moi » de *Coca light*, ou encore les visages sans fard, « au naturel », s'exposant avec rides, mèches rebelles et moues distancées des vêtements « Petit Bateau » ou des « 50 ans de Carrefour » s'inscrivent tous dans cette tendance de fond, qui voit la prétendue essence identitaire des individus s'exprimer par la consommation. Correspondance, adhésion, et même coalescence, pour la récente campagne du bijoutier Agatha, ou des femmes en gros plan affirment « Agatha c'est moi ». Troublante (con)fusion voyant métonymiquement le consommateur *être* le produit et celui-ci *s'animer* pour exister à travers celui qui l'ingurgite ou l'arbore... A l'avenant, on pourrait convoquer d'autres exemples de cette conversion identitaire de la publicité.

Mais la littérature n'a-t-elle pas ouvert la voie, en faisant la part belle à la confession autobiographique au détriment de la narration, par exemple ? En tout cas, parmi les plus médiatisés des auteurs français, on trouve, de Frédéric Beigbeder à Christine Angot, et de Catherine Millet à Amélie Nothomb, des « personnages » (au double sens du terme) plaçant directement les interrogations, les expérimentations et les affres du moi au centre de leur œuvre et au cœur de leur propos.

Enfin, et depuis peu, Internet autorise de nouvelles formes d'expressions, permettant à n'importe qui de prendre la parole pour « se raconter en ligne(s) ». Les forums de discussions, les blogs, les sites de réseaux sociaux permettent à tout un chacun de donner son avis et de commenter tout ce qu'il souhaite, et surtout d'exprimer opinions et traits de personnalité, dévoilant par-là même des pans de son identité. On peut évoquer l'avènement d'un « Je expressif numérique ».

Le Net, formidable « chambre d'ego »

Car en une décennie à peine, une « constellation identitaire » a émergé sur la Toile. Et les modalités de la mise en forme de soi sur Internet font que l'on peut jouer avec les identités – entendues dans le sens d'état-civil – et même se jouer de celui-ci, pour être soi-même et un autre. On évoque communément le « pseudo » (sites de rencontres), « l'avatar » ou « l'alias » (sur les jeux en réseau), mais encore le « double numérique », « l'hypermoi », le « *fake* » (cf. infra) ou l'« identité alternative » (Moatti, 2002) pour qualifier ce que l'on peut devenir derrière son écran en parlant de soi en ligne⁵, ou en s'hypostasiant véritablement dans les réseaux numériques.

Esquisser une théorisation du « moi numérique » amène à évoquer les travaux de plusieurs auteurs qui ont réfléchi sur les nouveaux contours de l'identité.

La sociologue Eva Illouz évoque ainsi, à propos des sites de rencontres, un « moi ontique »⁶, cartésien, qui à la fois oblige les membres de ces sites à une prise de distance par rapport à « ce qu'ils sont », ainsi qu'à une saisie d'une identité profonde et permanente – corpus de valeurs, de qualités intrinsèques – bref une « essence de l'individu », par ailleurs dissociée du corps ; étant entendu qu'au prix d'un paradoxe, ce corps, pourtant absent et virtuel « en ligne », y revêt une grande importance. En effet, eu égard au fait qu'une économie des apparences régit la présence sur ces sites, *via* toutes les photos personnelles qui y transitent et qui se doivent d'être valorisantes par la force des choses pour susciter visites, buz et commentaires. Ceci induit donc une survalorisation de soi par des photos souvent retouchées sans vergogne, quand le contre-pied du « potache » et du « grotesque » ne sont pas pris délibérément, comme pied de nez au système, en quelque sorte.

Fanny Georges, qui a soutenu en 2007 une thèse en sciences de l'information et de la communication précisément consacrée à l'identité numérique – qu'elle définit comme « heixis numérique » – discerne trois faces à celle-ci⁷. Ces faces correspondent à certains égards à l'évolution « technico-sociale » du web, et notamment à l'émergence récente de ce qu'il est convenu

5. Rappel méthodologique d'importance : il est question dans ces pages des identités telles que saisies dans ce que nous appelons « l'Internet relationnel », et qui rassemble prioritairement les sites de rencontres pour célibataires, et les sites de réseaux sociaux.

6. Se reporter à Illouz E., *Les Sentiments du capitalisme*, Paris, Seuil, 2006.

7. On trouvera un résumé de son travail dans la revue *Réseaux*, « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », n° 154, 2009.

d'appeler le « 2.0 ». L'identité telle que produite en ligne est ainsi selon elle tour à tour « déclarative », « agissante » et « calculée ». « Déclarative », lorsqu'on a affaire à ce que l'internaute dit de lui sciemment, en remplissant des « fiches perso » ou en « renseignant » des rubriques par exemple.

Mais identité « agissante », aussi, dans tout ce qui se « trame » et s'échange, autour de notre « moi numérique » : qui contactons-nous ? Avec qui sommes-nous « amis » ? À quels groupes appartenons-nous ? Bref, quelles actions et stratégies menons-nous « en ligne », et qui « en creux », nous définissent à certains égards ?

Enfin, selon la même étude, « l'identité calculée » est la résultante des différentes traces laissées en ligne, et calculée par les ordinateurs, logiciels, etc. Ainsi, des informations telles que « est connecté », « dernière connexion », « a 257 amis », procèdent de cette identité-ci.

David Guez est quant à lui un artiste plasticien qui a théorisé « l'hyper-moi », ou cette partie de nous déléguée dans la Toile, et qui nous survivra. Cet « hyper-moi » est constitué de ces avis, opinions, sentiments, photos, etc. que l'on met en ligne, et qui peuvent y avoir, grâce à la rémanence du réseau autant que par le jeu des hypertextes, une existence autonome et autogène. Extension du domaine de l'identité, donc, qui s'émancipe du corps et de l'individu, pour exister ailleurs et autrement, sous forme mosaïquée et réticulaire. Là est précisément la part expérimentale et artistique de l'œuvre de Guez : poster sur la Toile des « fragments identitaires » rémanents, puisqu'accessibles et actifs longtemps après la mort physique et la disparition des corps.

Sur le « Net sentimental », de nouvelles règles du Je...

« Je est un autre », affirmait énigmatiquement Rimbaud. Et sur les sites de rencontres (SDR) pour célibataires, que nous avons étudiés dès 2003, une tension forte caractérise les processus de construction identitaire. Car il y a ce « moi onctif » évoqué plus haut à saisir et posté en ligne, et il y a les « nécessaires » optimisations du profil, afin de susciter autour de sa « fiche perso » le maximum de « trafic », donc de visites, de contacts. Dans notre ouvrage *Le cœur Net*, nous appelons ceci le « lifting identitaire », pour prendre acte des améliorations de ce « moi numérique » qui se doit d'être attractif par la force des choses. Internet est – métaphore souvent employée – une « vitrine », dans laquelle on « n'existe » que vu, visité, commenté, « poké » ; en ce sens l'identité, qui y est phénoménologique par nature, se destine à y être phénoménale. D'ailleurs, des guides décomplexés promettant à leurs lecteurs de les aider à « trouver l'amour sur Internet » n'hésitent pas à proposer à ceux-ci de

retoucher leurs photos avec le logiciel Photoshop, ou de « mentir légèrement » sur certains aspects du moi comme âge, poids, statut professionnel, passions, afin d'être plus attractif. C'est précisément ce qui s'appelle un « profil optimisé » de l'identité distordue en ligne, afin de rendre les images de soi postées dans cette immense vitrine numérique conformes à des canons photographiques imposés par la publicité, et de placer les descriptions textuelles à la hauteur supposée d'une norme de réussite sociale et d'équilibre intérieur à même de susciter la curiosité des célibataires inscrits là, et qu'il faut séduire déjà par sa fiche.

« Lifting identitaire », donc, et même parfois « schizophrénie numérique », quand l'internaute change, dès son « identité déclarative », de sexe, d'âge, de condition, afin de « troubler le Je ». Fausses informations délibérément mises en ligne, afin d'expérimenter le changement de nature des interactions, dans leur ton et leur contenu, quand un homme feint d'être une femme, et analyse comment les autres hommes s'adressent habituellement à une femme. « Travestissement identitaire numérique » propre à toutes les expérimentations relationnelles, certes. Mais travestissement concrètement appelé un *fake*⁸, et qui consiste à poster en ligne une fausse fiche, afin de piéger des internautes contre qui on nourrit une rancœur. Une « guerre froide » d'un nouveau genre s'est ouverte en ligne, qui voit les « ex » s'épier et tenter de se piéger par des sollicitations masquées. Accessoirement, le *fake* permet de « draguer » toujours plus efficacement, en s'adaptant aux attentes et fantasmes supposés. La réalité devient alors presque un art d'agrément, quand tapi(e) derrière son écran, on joue avec les identités, les relations et le désir, aidé en cela par la toute-puissance conférée par le réseau et la mémoire des ordinateurs.

En 2008, Giulio Minghini décrivait dans le très houellebecquien et éponyme *Fake* sa folle course en avant à la séduction et au *fast love on line*. L'auteur, grâce à l'utilisation de « profils multiples », raconte dans des pages désillusionnées comment il parvenait à enchaîner les aventures furtives, traversant Paris chaque nuit pour rencontrer de nouvelles femmes croisées sur la Toile la journée, et avec qui coucher au plus vite, pour courir vers la suivante avant le dernier métro, ou fuir tel un spectre avec la première rame des bras et des draps incertains...

Une duplicité numérique se fait donc jour sur la Toile, permise par ce dispositif qui « para-vante » les internautes, voilant des pans entiers de leur identité (grâce au bien nommé « écran ») pour exacerber ce qu'ils veulent bien dire d'eux en ligne.

8. *Fake* signifie en anglais « imposture », et par extension, « produit contrefait » ; précisément ce dont il est question là.

Quant aux sites de réseaux sociaux, qui constituent à l'instar de la blogosphère de formidables « chambres d'ego », ils permettent à tout un chacun de distancier le rapport entretenu à soi-même, en rendant accessibles en ligne des photos *carnavalesques*, en ceci qu'une inversion parodique s'y fait souvent jour. Ces nouvelles « vitrines du Moi » autorisent toutes les duperies assumées, puisqu'on peut y être soi-même, en conformité avec son état-civil, ou au contraire un personnage purement fictif, détournant des personnages historiques, de fiction ou de BD, en s'inventant des vies, des relations, « pour le fun », selon la formule consacrée.

Alors, un je(u) de dupes, les « écrans-miroirs » du Net ?

En conclusion à ce panorama succinct et non exhaustif des identités telles qu'elles se donnent à voir à l'ère d'Internet, que retenir de notable ? On pourrait en fait affirmer que la Toile « modernise » et surtout « post-modernise » la production des identités. Invoquer « le sujet postmoderne » permet en effet d'enchanter les « identités alternatives », sans cynisme ni moralisme excessifs. Pourquoi y voir mensonge, duperie, dissimulation *a priori* ? Car Internet autorise et encourage – notamment sur les réseaux sociaux – la production d'un « moi » tour à tour ludique, distancié, réflexif et scénarisé, qui redessine à loisir ses contours, se parodie, se met en scène de manière dédramatisée ; un « ego 2.0 » pouvant démultiplier grâce aux ressources du Net ses possibilités d'être tout à la fois soi-même, un autre et même des autres. Cependant, dix ans après l'émergence de « l'Internet relationnel », nombreux sont ses adeptes à savoir que la Toile est le « royaume des petits mensonges entre amis », la tentation étant grande de se voir un « peu plus beau/belle qu'on est », et de s'expérimenter différent(e), en voyant les effets ainsi produits sur autrui. Le « moi expressif » du Net est un moi fantasmatique, et déjà dans la toute-puissance qu'il autorise dans la mise en forme de soi, avec des mots et des images juste « optimisés ». Ce « moi numérique » est volontiers emphatique, donc, autant qu'il est empathique et finalement phatique, nombreux étant les internautes à juste « maintenir le lien » et surtout tester la disponibilité d'autrui « en ligne ».

Au final, combien de « photos » travesties, retouchées, grotesques ou tout simplement fausses sur *Facebook* ? La mode (à entendre comme tendance mais aussi au sens de modalité) y est autant de s'y présenter de manière valorisante et attractive (c'est-à-dire « sexy », « glamour », avec des codes empruntés à la publicité) que de manière outrancière, caricaturale, comme pour détourner et subvertir les codes de la « normalité », et mettre à distance son « moi réel », c'est-à-dire celui de l'état-civil. Ainsi les photos représentant les membres dans

des postures que l'on pourrait dire « carnavalesques » (éméchés, pris au téléphone portable lors de « bringues », déguisés outrancièrement, portant perruques et faux nez...) sont légion. Et on rencontre tout aussi régulièrement des « profils » illustrés de photos détournées de la bande dessinée et d'univers cinématographiques ou médiatiques (ainsi, les super-héros, *Superman*, *Spiderman* et consorts) qui deviennent, comme les héros télévisuels, des référents culturels et de toute la « média-culture » largement dominante dans les réseaux numériques.

Notons qu'on croise là (incidemment ?) un processus de « subversion des identités » chère aux études de genre, et qui postulent en substance que « Je est un autre », et que l'on peut s'affranchir des cadres traditionnels et normés, pour s'inventer différemment.

Accessoirement, une boucle dialectique et étymologique se trouve bouclée, si on considère que le Net est à maints égards le « royaume de la communication masquée ». Par delà l'interposition permanente de l'écran de l'ordinateur comme filtre et « hygiaphone relationnel » dans le rapport qu'on y entretient aux autres, la possibilité y existe toujours de ne pas se montrer (en refusant de communiquer avec webcam), de se montrer partiellement, ou de dire et montrer autre chose que ce à quoi notre corps et notre état-civil nous assignent « dans la vraie vie ». Par extension, et puisque le « masque » renvoie à la *persona* latine, donc à la « personne », on revient à l'individu et à l'*acteur*, au sens le plus goffmanien de l'acception. Retour circulaire alors à cette identité processuelle, évolutive, fragmentée, changeante, construite par la somme des interactions et des expériences du sujet. Il va sans dire que le Net et les possibilités « technico-sociales » qu'il offre exacerbe cela, en lui offrant désormais des champs d'expression in(dé)finis.

Poser sur notre sujet une focale historique permet de constater que l'interrogation identitaire a commencé non pas récemment, comme on pourrait le penser à courte vue, mais en fait avec le « souci de soi » des Grecs, tel que superbement mis au jour et explicité par le dernier Michel Foucault. Du « souci de soi », les « identités alternatives » des réseaux numériques permettent au sujet postmoderne d'aller vers le « plaisir d'être soi » en ligne(s) – car scénarisé – contrebalançant l'anxiogène « fatigue d'être soi » (A. Erhenberg) d'une société dépressive dont les individus oublient alors sur la Toile les problèmes, contingences et pesanteurs de la vraie vie, pour s'inventer là autres qu'ils ne sont, pour y produire un moi optimisé, ostensiblement ludique et jubilatoire.

Loin de « liquider » une identité désormais mouvante et d'ailleurs « surfeuse », peut-être que le Net est en train d'inventer une « identité liquide », déliée des cadres institutionnels stables qui la contenaient, et la contraignaient

auparavant. L'identité n'est plus réductible à l'état-civil, soluble qu'elle est dans les contextes et les technologies lui offrant de nouveaux champs expressifs et relationnels. L'« ego 2.0 » coïnciderait alors avec les thèses stimulantes de Zygmunt Bauman⁹ sur cette société de liens mouvants et flexibles, sans cesse renégociés et réinventés. « Le monde liquide de la modernité triomphante est celui de la liberté, de la flexibilité, mais aussi de l'insécurité... Les couples se composent, se décomposent et se recomposent ou bien ils vivent « semi-attachés ». Les relations durables ont été « liquidées » au profit de liaisons flexibles, de connexions temporaires et de réseaux qui ne cessent de se modifier, aussi bien sur les plans sexuel et affectif qu'au niveau du voisinage, de la ville et finalement de la société tout entière »¹⁰.

Liens désormais plus faibles, car l'individualisme et le narcissisme prévalent en ligne, quelle que soit la finalité prétendument réticulaire et communautaire des éponymes « réseaux sociaux ». Mais liens denses autrement, moins inscrits dans la durée et davantage centrés sur les individus, le partage immédiat d'une émotion, d'une opinion, d'un engagement aussi sincère *in situ* que transitoire. Un individu postmoderne finalement « de plus en plus communiquant », via toutes ses prothèses technologiques, et toujours « moins rencontrant », selon la formule de Philippe Breton. Invitation alors, par delà les déplorations, à repenser la nature et les formes qu'emprunte le lien social. Des tensions dialectiques le structurent, qui mènent récursivement du même à l'autre, de l'individu au collectif, et – de plus en plus – du caché au montré et au *projeté*. La Toile, un écran et un miroir, disions-nous...

Facebook, ou l'impossible partage

Créé en 2004 par Mark Zuckerberg, un jeune étudiant de Harvard, Facebook – nom anglais qui désigne le trombinoscope – s'est d'abord présenté comme un réseautage social dont l'objectif était de mettre en relation les membres de la célèbre université américaine. Son succès fut immédiat, et le dispositif s'étendit rapidement à d'autres écoles et universités, avant de gagner le grand public puis de conquérir le Canada, les pays d'outre-Atlantique et enfin le reste du monde. En 2008, plus de 4 millions de Français auraient leur profil sur ce site, et plus de 50 millions d'utilisateurs de par le monde. En décembre 2009, une newsletter publiée par Mark Zuckerberg sur le site annonçait même 350 millions d'utilisateurs : un chiffre qu'il est néanmoins difficile de confirmer,

9. Bauman Z., *L'Amour liquide. De la fragilité des liens entre les hommes*, Nîmes, éditions Le Rouergue/Chambon, 2004.

10. *Op. cit.*, Bauman Z., 4^e de couverture.

et que l'on est en droit de mettre en doute tant il est évident que sa source a tout intérêt à gonfler les effectifs réels. Mais quel que soit le bien-fondé de cette annonce, le succès de Facebook, lui, est indéniable.

Les raisons de ce succès sont multiples. Du simple effet de mode (il est très « tendance » d'être virtuellement présent sur Facebook), à la volonté d'affirmer sa sociabilité, en passant par le désir narcissique de se mettre en scène et l'espoir de nouer de nouveaux contacts au plan professionnel voire amoureux, les motivations qui poussent les internautes à échanger et à se créer un profil sur le site sont extrêmement variées. Un certain nombre d'invariants apparaît néanmoins, et l'on peut percevoir dans cet engouement à l'égard de l'un des supports les plus célèbres du web 2.0 deux grands mouvements tendanciels : le premier est relatif à la construction d'un imaginaire social dans lequel le moi se trouve symboliquement sublimé ; le second, plus utilitariste, est orienté vers une instrumentalisation des relations humaines et cherche à obtenir un avantage quelconque de la connexion sur le réseau, aux antipodes des valeurs de partage et d'échange désintéressées que les utilisateurs se plaisent à afficher.

Une nouvelle conception de l'amitié, entre quantité et superficialité

Le principe d'utilisation de Facebook est relativement simple. Pour créer son « profil », il convient d'abord d'enregistrer un login et un mot de passe, puis d'utiliser les différentes applications offertes, parmi lesquelles figurent l'élaboration d'un « mur », contenant un historique des activités récentes et des messages laissés par d'autres « profilés », puis des rubriques accueillant des informations (état-civil, hobbies, etc.), des photos personnelles et éventuellement des vidéos, ou encore des commentaires sur des faits d'actualité, le tout agrémenté d'une fonction *chat*. S'ajoute ensuite, au gré des contacts et des discussions, une liste d'amis ¹¹. Car le but affiché de Facebook est bien de se « faire des amis ». Les personnes profilées, en effet, sont sollicitées par des internautes désireux d'entrer dans leur cercle intime. Celles-ci ont tout loisir de répondre positivement ou négativement à de telles demandes. Cependant, les cas de refus ne sont pas légion, tant il est difficile de débouter une personne qui vous porte quelque intérêt et qui donc flatte votre ego. Une enquête récemment menée par Sophos, l'un des leaders mondiaux de la sécurité et du contrôle des réseaux, révèle que 41 % des utilisateurs de Facebook acceptent une requête

11. Le profil se scinde en deux parties. L'une, publique, est consultable par tout utilisateur de Facebook. L'autre, privée, n'est accessible qu'à ses amis et permet ainsi une certaine confidentialité des données.

d'ami sur ce réseau social sans même prendre la peine de savoir quelle est l'identité de la personne requérante ¹².

De deux choses l'une : soit les personnes que l'on recense dans sa liste d'amis sont déjà connues dans la vraie vie (auquel cas on peut se demander quel est l'intérêt de les étiqueter ainsi), soit ce sont des connaissances faites grâce à la Toile, et le terme « amis » apparaît alors un tant soit peu usurpé. N'est-ce pas un abus de langage de qualifier d'« ami » un individu que l'on n'a jamais rencontré ? La différence est grande, en effet, entre être connecté avec des internautes et entretenir des relations amicales avec un groupe de personnes triées sur le volet. Qui pourrait se prévaloir de s'être vraiment fait un nouvel ami après avoir accepté de compter dans sa liste un « presque » inconnu, et dire, activant la mention « accepter un nouvel ami », « C'est parce que c'était lui, c'est parce que c'était moi », selon la célèbre phrase de Montaigne ? Le procédé, en lui-même, est quelque peu suspect : cliquer sur un icône pour que l'amitié soit déclarée, décrétée et comme actée (par un effet performatif semblable à celui que John Austin prête à certains énoncés dans le cadre de la pragmatique ¹³), se révèle douteux, car il donne une conception simpliste et instrumentale d'une relation qui se noue de manière bien plus complexe dans la réalité. Une relation humaine authentique ne se construit-elle pas progressivement, au fil du temps, au gré des entrevues, au cours des discussions et des bons repas, mais aussi des obstacles que la vie draine et qui éprouvent la solidité des liens qui nous rattachent aux autres, et plus particulièrement à quelques êtres privilégiés ? L'on peut ainsi sourire à la mention, empreinte d'optimisme et de naïveté, qui apparaît après l'acceptation d'un nouveau facebooker dans son cercle intime : « X et vous êtes désormais amis »...

L'on peut également se demander s'il n'y a pas quelque chose d'indécemment à exhiber ainsi ses photos intimes et sa liste d'amis comme des trophées, à ajouter des noms les uns derrière les autres, comme autant de gibiers sur un tableau de chasse. Car le message implicite véhiculé par Facebook est bien que plus on a d'amis, plus on est une personne sociable et aimable. La course aux amis devient donc un enjeu majeur aux yeux de certains facebookers, plus soucieux de quantité que de qualité. N'a-t-on pas là affaire à une conception consumériste de l'amitié ? Après la consommation de masse des biens, puis la consommation de masse des relations amoureuses ¹⁴ (rendues possibles par des

12. Cette étude confirme les résultats d'une précédente étude, menée par Sophos au Royaume-Uni en 2007. Celle-ci montrait que 43 % des utilisateurs acceptent n'importe qui dans leur cercle intime.

13. Austin J.-L., *Quand dire, c'est faire*, Paris, Seuil, Points essais, 1991.

14. Sur ce thème du « marché matrimonial » et du « zapping relationnel », voir Lardellier P., *Le cœur Net. Célibat et @mours sur le Net*, Paris, Belin, 2004.

sites de rencontres comme Meetic, par exemple), il semble bien que nous soyons entrés, à l'aube du 21^e siècle, à l'ère de la consommation de masse de l'amitié... Il s'agit là, on en conviendra, d'une approche superficielle. Cependant, cette superficialité des relations humaines est hautement significative – voire même symptomatique – d'une société marquée par l'effondrement des institutions et des cadres sociaux qui assuraient traditionnellement un rôle de médiation (Église, syndicats, famille...), auquel s'ajoutent l'augmentation du travail féminin et du taux de divorces, le vieillissement de la population, la fragilisation du lien intergénérationnel et l'éclatement de la cellule familiale notamment¹⁵. Selon une étude menée par l'INSEE en 2003, 10,8 % de la population serait en situation d'isolement social¹⁶. Face à la diminution des échanges physiques, les échanges virtuels se développent. Néanmoins, ces derniers se présentent tout à la fois comme un remède et un poison, puisqu'ils visent, d'une part, à compenser la désagrégation du lien social, et augmentent, d'autre part, le mal qu'ils prétendent combattre, en maintenant les individus dans une relation à distance, qui n'est peut-être qu'une illusion de relation.

Ce comportement – que l'on pourrait qualifier de compulsif – à l'égard des amis, est sans doute la meilleure preuve de ce que l'homme moderne a perdu le sens de la convivialité, ou à tout le moins que celui-ci se sent menacé par cette perte à plus ou moins long terme. L'on peut également voir dans cet acte de collection d'amis une pratique proche du divertissement pascalien. Le philosophe de Port Royal, en effet, décrivait le divertissement comme une logique d'esquive, un étourdissement dans des plaisirs futiles et des distractions mondaines, destinés à détourner l'être humain de sa mortelle condition, mais aussi à le soustraire à la peur de la solitude, à l'angoisse du vide et de l'ennui¹⁷. Or, la culture de la souris que Facebook introduit dans le domaine de l'amitié semble bien exprimer une angoisse de solitude plus ou moins inconsciente, régulièrement exorcisée par l'acte rituel du clic, lequel grossit l'image sociale de celui qui s'y prête. Comment ne pas voir dans la pratique codifiée du facebooker collectionneur d'amis, qui consulte quotidiennement son profil pour y intégrer boulimiquement de nouveaux venus en quête de socialité, une stratégie d'évitement ? Évitement de l'asocialité, évitement de toute situation d'isolement, non par le truchement de rencontres réelles – fortuites ou programmées –, mais par la réassurance que procure l'accumulation, et surtout

15. Boutin C., *Pour sortir de l'isolement, un nouveau projet de société*, Paris, La Documentation française, septembre 2003.

16. INSEE, « Isolement relationnel et mal être », enquête de Jean-Louis Pan Ké Shon, n° 931, novembre 2003.

17. *Pensées*, Paris, Gallimard, Folio classique, 2008.

l'illusion de la possession. À la base de cette réassurance, il y a la preuve par la visibilité, le caractère tangible qu'offre précisément l'écran de l'ordinateur, rempli de noms et de messages amis...

Une conception communautaire de la socialité ?

Le lien social paraît donc se trouver au centre du dispositif. D'évidence, le succès de Facebook repose en partie sur la conception communautaire de la socialité que celui-ci met en place. Les profils, en effet, appartiennent d'abord à la grande communauté des facebookers, communauté qui ne cesse de grandir en accueillant de nouveaux membres en son sein. Au premier abord, un idéal universaliste semble habiter ce dispositif numérique que l'on range dans la catégorie du « web relationnel ». La façon dont les facebookers suivent avec attention le nombre croissant de confrères adhérant au site révèle le plaisir lié au sentiment d'union, de synergie et d'émulation créé par l'appartenance au groupe. L'on serait tenté de considérer ce site comme la réalisation effective du célèbre « village planétaire » prophétisé par Marshall McLuhan, ou de « l'intelligence collective » rêvée par Pierre Lévy.

Un phénomène social comme Facebook se situe donc aux antipodes de ces autres phénomènes sociaux que constituent les réseaux humains de proximité, lesquels privilégient les microstructures et les célébrations plus intimistes. La Fête des voisins, par exemple, cette fête de quartier que l'on peut considérer comme une résurgence de la traditionnelle fête de village, et qui fut inventée en 1999 par Atanase Perifan, est l'illustration parfaite de ce retour à une micro-socialité. Ces retrouvailles entre résidents d'un même lieu, qui se déroulent tous les ans au mois de mai, reposent sur un principe simple : il s'agit, pour les habitants d'un même quartier, de se réunir dans les rues autour d'un bon repas. Ce rite de table, qui allie commensalité et convivialité, est une occasion de communiquer, de mieux se connaître, de passer un moment agréable en compagnie de ceux qui vivent près de soi, mais aussi de créer un esprit de groupe, le tout sur fond d'entraide et de solidarité¹⁸. L'association Voisins solidaires, qui promeut cette manifestation annuelle et tente de l'inscrire dans une veine institutionnelle, possède son équivalent au niveau européen : la FESP (Fédération Européenne des Solidarités de Proximité), ou *EFLS* en anglais

18. Le site de l'association « Voisins solidaires » (<http://www.voisinssolidaires.fr>), également créé par Atanase Perifan, s'efforce de former un réseau de villes solidaires et préconise un échange de services gratuits entre résidents d'un même lieu, concept dont le succès est augmenté par la crise économique : covoiturage, bricolage, assistance aux personnes âgées ou malades, garde d'enfants...

(European Federation of Local Solidarity), dont la devise est « Mieux vivre ensemble ». En 2001, la Fête des Voisins rassemblait 1,2 million de participants. En 2004, la journée devenant européenne, le chiffre s'élevait à 3,4 millions d'habitants et se déroulait dans 7 pays. En 2009, le *European Neighbour's Day* atteignit un chiffre record de 8,5 millions d'habitants, répartis dans 29 pays différents (dont 20 étaient européens...). Le succès de cet événement festif n'est pas aussi important que celui de Facebook en termes d'effectifs, mais il est néanmoins réel et ne cesse de croître.

Ce qui est révélateur dans ces nouveaux rites festifs, c'est l'importance accordée à ceux qui évoluent dans notre environnement immédiat, et que nous finissons parfois par ne plus connaître par manque de temps et d'attention. À la suite d'Edward T. Hall, nombre de chercheurs en SIC ont souligné l'enjeu communicationnel et social que recouvre la proxémique. Dans une étude sociométrique réalisée dans deux cités américaines du *Massachusetts Institute of Technology*, Léon Festinger, Stanley Schachter et Kurt Back¹⁹ ont ainsi montré que la proximité géographique et la configuration spatiale de l'habitat jouent un rôle déterminant dans la cohésion d'un groupe et les liens d'amitiés qui se nouent entre ses membres. L'on peut donc légitimement se demander ce qu'apporte, du point de vue social, un outil technologique qui maintient précisément les individus à distance les uns des autres, et présente une solution de facilité : maintenir l'illusion de la sociabilité tout en laissant les individus plongés dans leur solitude.

Dans le contexte postmoderne, la proximité géographique devient un paramètre essentiel, facteur de sociabilité, précisément parce qu'elle s'inscrit à rebours de l'évolution tendancielle d'une mondialisation et d'un individualisme effrénés. Contrairement aux réseautages technologiques tels que Facebook, qui proposent des amitiés virtuelles médiées par la Toile, et où les corps s'effacent derrière des écrans d'ordinateurs²⁰, les réseaux humains de proximité et les nouveaux rites festifs qui se développent de nos jours offrent une cohésion qui repose sur la territorialité et les rencontres physiques, et font primer le relationnel *in vivo* sur le contenu informationnel. L'ère postmoderne se traduit donc par un profond paradoxe ou, pour emprunter à la terminologie d'un anthropologue comme Marc Abélès, par une « tension » entre « le local et le global », caractéristique de la globalisation²¹. Ainsi, tandis que certains utilisent

19. *Social pressures in informal groups. A study of human factors in housing*, New York, Harper & Brothers, 1950.

20. Sur cette question, voir Breton P., *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social ?*, Paris, La Découverte et Syros, 2000, et Le Breton D., *L'Adieu au corps*, Paris, Métailié, 1999.

21. Abélès M., *Anthropologie de la globalisation*, Paris, Payot, 2008.

de manière quasi interchangeable les termes de mondialisation et de la globalisation, donnant simplement à ce dernier une coloration technologique et économique, Marc Abélès confère une antériorité chronologique au premier, et définit le second comme la coexistence d'éléments contradictoires, relatifs au particulier et à l'universel, notamment. Manuel Castells ne dit pas autre chose lorsqu'il déclare, dans *La Société en réseaux*, « Nos sociétés se structurent de plus en plus autour d'une opposition bipolaire entre le Réseau et le Soi »²², ou encore, dans *Le Pouvoir de l'identité*, que « Deux forces contraires sont en lutte pour remodeler notre monde et nos vies : la mondialisation et l'identité »²³.

Le cosmopolitisme qui semble animer des réseaux tels que Facebook, et qui s'inscrit dans la lignée des utopies historiques d'inspiration kantienne, n'est pourtant que de façade. Derrière les apparences d'une communauté qui ambitionne d'être mondiale, se cache une volonté différenciatrice parfois proche du sectarisme. En effet, si les profilés appartiennent d'abord à la grande communauté des facebookers, ils appartiennent ensuite à des sous-communautés, composées par les groupes d'amis auxquels ils sont rattachés. Or, ces sous-communautés fonctionnent à la façon de clans, repliés sur eux-mêmes, en partie fermés à l'extérieur par le biais de la privatisation des « murs » auxquels les « autres », les non-amis, ne peuvent accéder. Cette logique séparative est encore plus manifeste à l'égard de ceux qui ne sont pas membres de Facebook. Certains adolescents n'hésitent guère à railler leurs camarades lorsque ceux-ci ont la mauvaise idée de ne pas intégrer la grande famille des facebookers. Stigmatisés, ceux qui s'écartent de la majorité sont alors considérés comme rétrogrades. L'effet de mode devient ici normatif, impératif, surtout chez les jeunes générations et prouve que l'exclusion n'est jamais bien loin de l'inclusion, en accord avec la maxime de Bossuet selon laquelle « le propre de l'unité est d'exclure ».

Par ailleurs, force est de reconnaître que même en interne, le fait d'appartenir à l'un des réseaux sociaux les plus visités au monde n'équivaut pas à fonder une authentique fraternité, comme c'est le cas avec d'autres communautés. Cette communauté-là, en effet, centrée sur l'échange d'informations et sur la communication, ne paraît pas engendrer de réelle

22. Castells M., *L'Ère de l'information. La Société en réseaux*, tome 1, Paris, Fayard, 1998 (p.26). Ou encore : « les réseaux planétaires d'échanges instrumentaux branchent et débranchent individus et groupes, régions et même pays, selon qu'ils remplissent ou non les objectifs de leurs programmes dans un flux inexorable de décisions stratégiques. D'où un clivage radical entre un instrumentalisme abstrait et universel, et des identités autonomistes, enracinées dans l'Histoire ».

23. Castells M., *L'Ère de l'information. Le Pouvoir de l'identité*, tome 2, Paris, Fayard, 1999 (p. 11).

communion. Les raisons en sont qu'une telle communauté est de nature virtuelle, et que ses membres ont pour principal point commun leur adhérence à un site internet. C'est bien peu, il faut bien l'avouer, si l'on compare ce genre de lien à celui qui unit les militaires, par exemple, les croyants d'une même religion, ou encore les francs-maçons, qui partagent des symboles, des rites, des valeurs, des principes et des projets communs, aptes à souder les individus autour d'un éthos et d'une véritable identité collective. Certains groupes de facebookers, il est vrai, partagent un peu plus que le nom d'un site, militant, grâce à lui, pour des causes plus ou moins nobles, ou affirmant des goûts similaires. Mais nombre de ces thèmes fédérateurs ne manquent pas de laisser perplexe le sociologue et l'anthropologue. Pierre de Taillac a ainsi entrepris de recenser les plus farfelus d'entre eux, parmi lesquels figurent « RATP ou Rentre Avec Tes Pieds », ou encore « Pour la réconciliation avec les œufs brouillés »²⁴.

La mondialisation ne serait-elle qu'un leurre ? Tandis que les espaces de communication s'agrandissent grâce aux NTIC, que les frontières géographiques s'affaiblissent grâce à la vitesse accrue des moyens de transport et aux alliances internationales (la France essaie aujourd'hui de se penser dans l'espace européen, et plus seulement par rapport au territoire national), des logiques groupusculaires, presque claniques, parcourent les cultures et dressent de nouvelles barrières. Les facebookers n'échappent visiblement pas à cette tendance.

Des plaisirs de la mise en scène de soi...

L'aspect communautaire du site répond donc apparemment à un besoin d'appartenance. Cependant, loin de se présenter comme des « communautés affectuelles »²⁵, c'est-à-dire des regroupements vivants et spontanés, reposant sur un sentiment « esthétique » et ancrés dans une proximité géographique qui favorise les relations physiques interpersonnelles, ces rassemblements d'egos numériques sont technologiquement médiés, organisés et contrôlés. L'on peut donc s'interroger sur la solidité des liens communautaires qu'il forge et se demander, aux côtés de Philippe Breton²⁶, si l'idéal social que propose Internet, à travers l'utopie d'une connexion à distance qui relierait toutes les consciences

24. *Petite anthologie du flingage sur Facebook*, Paris, Bourin Éditeur, 2008.

25. Sur cette notion, Maffesoli M., *Le Temps des tribus. Le Déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, Librairie des Méridiens, Klincksieck et Cie, 1988.

26. *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social ?*, Paris, La Découverte et Syros, 2000.

(comme le veut un Pierre Lévy, par exemple), n'aboutit pas à son exact contraire, à savoir une profonde asocialité.

Cette question de l'asocialité se révèle d'autant plus pertinente lorsque l'on s'efforce de saisir les motivations profondes qui peuvent pousser un internaute à adhérer à Facebook. La démarche qui consiste à créer un profil personnel sur le site est peut-être moins tournée vers autrui qu'il y paraît au premier abord, et la volonté d'être rattaché à une communauté nous semble devoir être nuancée par des considérations plus individualistes, voire égoïstes, ou à tout le moins égotistes. Brosser un portrait de soi et le montrer, fut-ce à ses amis, traduit un désir de se mettre en scène, ainsi que nous l'avons montré. Créer son profil équivaut à construire une image (généralement flatteuse) de sa personne, à prendre la pose, notamment à travers des photos choisies. Ce plaisir exhibitionniste, où l'on fait voir ce que l'on est (ou ce que l'on aimerait être) et ce que l'on aime (moi, mes hobbies, mes amis...), relève d'une jouissance de type narcissique, et non d'une mise en conformité avec les normes du jeu social, qu'un sociologue comme Erving Goffman a analysées. Le paraître, en effet, occupe une place extrêmement importante dans ce dispositif. Mais au lieu d'investir les rôles que la société imposait naguère à la *persona publica* en termes de présentation de soi (la tenue, la déférence et le fait de faire bonne figure notamment, selon Goffman), ce paraître a quelque chose d'impudique, puisqu'il laisse entrevoir le noyau existentiel intime de chaque profilé (excepté lorsqu'il s'inscrit dans la logique du *fake*, que nous avons précédemment évoqué). Cette publicisation de la vie privée, qui est aussi une mise en spectacle de l'intimité, est en parfaite adéquation avec l'analyse que Richard Sennett a effectuée de la société moderne occidentale²⁷.

En ce sens, la philosophie sous-jacente à Facebook s'inscrit dans une mouvance sociétale plus profonde, dans laquelle le moi veut s'afficher, se magnifier, affirmer ses opinions et ses goûts, bref se vouer un culte. Une telle autoproclamation, où le moi s'érige en référence absolue, exprime un véritable enjeu de puissance, une course au pouvoir (certains, tel Éric Decouty, vont jusqu'à évoquer une dictature du « moi »²⁸). L'on peut interpréter ce phénomène d'inflation décliné à la première personne du singulier comme une dérive de la démocratie. Le principe d'égalité, sinon d'égalitarisme, poussé à son paroxysme, aurait fait naître le désir paradoxal de la déification chez chaque individu. Néanmoins, il va de soi que ce mouvement tendanciel n'aurait guère pu se développer s'il n'avait trouvé dans les technologies de l'information et de

27. *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, Seuil, 1995 (voir plus particulièrement la partie IV, intitulée « La société intimiste »).

28. Decouty E., *La Dictature du Moi-Je ! Les « vrais gens » au pouvoir*, Paris, Plon, 2007.

la communication (et en particulier Internet), un moyen d'expression privilégié. Les réseaux sociaux numériques tels que Facebook permettent ainsi à des egos en mal de reconnaissance d'assouvir leurs fantasmes égotiques, de même que Wikipédia, ou encore le système des blogs, permettent à tout internaute de se hisser au rang d'auteur autoproclamé.

Facebook constitue un exemple significatif de ce grand retour du sujet, un sujet longtemps étouffé et refoulé par une tradition philosophique que Pascal exprimait parfaitement lorsqu'il déclarait que « le moi est haïssable ». Pour le commun des mortels, le fait de pouvoir sortir de l'anonymat et d'égaliser les puissants d'antan – qui seuls possédaient leur portrait dans les châteaux, les musées et les galeries d'art –, a quelque chose de jubilatoire. Le spectateur se transforme subitement en acteur. En créant son profil, le facebooker devient le centre d'intérêt d'une communauté d'internautes qui va se développer progressivement. Car selon le proverbe bien connu, « les amis de nos amis sont nos amis ». Ainsi, chaque profilé bénéficie non seulement de sa propre liste d'amis, mais également, de manière indirecte, de la liste d'amis que lui procurent ses amis... Il augmente ainsi sa visibilité et son « capital » social. La notion de réseau trouve ici tout son sens, dans ce processus au cours duquel les connexions se muent en interconnexions. Mais l'aspect relationnel que l'on prête habituellement au réseau est quant à lui atténué, dans la mesure où la finalité cachée est l'affichage de soi, bien plus que le partage avec l'autre (mais sans pouvoir pour autant se passer de l'autre, car sans l'autre, point de reconnaissance ni de valorisation de soi !).

Au besoin d'appartenance se greffe donc un besoin de reconnaissance. Néanmoins cette reconnaissance se porte davantage sur des images que sur des personnes. Tel est peut-être le prix à payer lorsque l'individu profilé se met en scène derrière des mots-clés et des photos choisis. Réduit à quelques traits caractéristiques soigneusement triés, l'être authentique tend à s'effacer derrière un paraître en partie fabriqué, ou à tout le moins agencé par son auteur. L'essence de l'être se dérobe sans cesse derrière le paraître, la copie derrière l'original. L'on assiste-là à un procédé de duplication, à un monde de simulacres que Platon n'aurait sans doute pas hésité à condamner. Le facebooker en quête de déification ne se trouve-t-il pas alors victime d'une réification, à l'opposé des effets escomptés ? Cette réification, qui déborde paradoxalement le domaine du virtuel, certains adolescents en font la malheureuse expérience lorsque, postulant pour un emploi, ils voient leur candidature rejetée à cause d'une vieille blague de potache (propos extrémistes, photos choquantes, vidéos provocantes mis sur la Toile...), trouvée et jugée de mauvais goût par leur employeur potentiel. Éternisée par le web, douée d'une existence quasi

autonome, la copie tend à se confondre avec l'original, l'identité numérique se substitue à l'identité personnelle, et lui porte préjudice, parfois, dans la vraie vie.

Ces différentes constatations semblent quelque peu nuancer la dimension participative que l'on attribue généralement au web 2.0, par opposition au web 1.0 qui serait, quant à lui, résolument statique. Participatif dans sa forme, un site comme Facebook, en effet, pourrait bien se révéler faussement interactif dans le fond, ou dans l'esprit, si l'on admet que la plupart de ses profilés demeurent égocentrés. La question est la suivante : suffit-il que des individus égocentrés soient connectés les uns avec les autres, pour que l'on puisse parler de phénomène participatif ? Si chaque internaute ne s'adresse aux autres que dans l'espoir d'entendre l'écho de sa propre voix, ou de sa propre image, augmentée et sublimée par le miroir que représente autrui, alors on peut émettre l'hypothèse qu'il s'agit d'un dialogue de sourds, et que le dispositif soutenant cette activité n'a que l'apparence de l'interactivité. Dès lors, les notions de communication et de communion, qui impliquent l'idée d'une mise en commun et d'un partage, se révèlent, elles aussi, partiellement illusoires.

Dans les réseaux sociaux numériques, l'autre est souvent instrumentalisé, de manière consciente ou non. Il sert avant tout les intérêts d'un sujet désireux d'être vu, flatté, aimé... Le fait de « poker » quelqu'un, par exemple, peut être ainsi interprété, puisque la finalité de ce rite étrange consiste à attirer l'attention sur soi. La sociologie des réseaux ne s'intéresse pas aux individus, mais plutôt aux relations entre les individus. Pourtant, derrière ces relations resurgit, encore et encore, l'individu. Ainsi peut-on mettre en doute, comme Pierre Mercklé, le fait que ces réseaux puissent représenter une sorte de tiers paradigme sociologique, à mi-chemin entre le holisme et l'individualisme.²⁹

Les récents détournements d'usage de Facebook, qui se voulait initialement un réseau amical et désintéressé, le prouvent de façon plus manifeste encore. De nombreux profilés, en effet, se servent aujourd'hui de ce site pour effectuer des rencontres amoureuses (évitant ainsi les frais inhérents à une inscription sur un site réservé à cette fin) ou faire de la publicité à moindre coût en l'utilisant comme un outil de marketing. D'autres encore s'en servent à des fins professionnelles, tentant de se faire recruter par des embaucheurs potentiels. Des ouvrages ont même été récemment publiés afin de guider les internautes motivés par le profit dans leur quête opportuniste. Éric Delcroix et Albal Martin proposent ainsi un guide à l'usage des facebookers, permettant de découvrir les multiples potentialités de cet outil, y compris les plus insolites³⁰.

29. Mercklé P., *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, Repères, 2004.

30. Delcroix E., Martin A., *Facebook. On s'y retrouve !*, Paris, Pearson, Loisirs numériques, 2008.

Alexandre Boni et Nicolas Stemart ont également montré que la vie virtuelle de Facebook peut profiter à la vie réelle des facebookers ³¹. Derrière des tours résolument altruistes, les réseaux sociaux numériques se présentent comme des catalyseurs égotistes, qui favorisent en outre l'asocialité en mettant la rencontre physique, réelle, entre parenthèses.

Bibliographie

- Abélès M., *Anthropologie de la globalisation*, Paris, Payot, 2008.
- Bauman Z., *L'Amour liquide : de la fragilité des liens entre les hommes*, Nîmes, Le Rouergue, Chambon, 2004.
- Breton P., *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social ?*, Paris, La Découverte et Syros, 2000.
- Castells M., *L'ère de l'information. La Société en réseaux*, tome 1, Paris, Fayard, 1998.
- Castells M., *L'ère de l'information. Le pouvoir de l'identité*, tome 2, Paris, Fayard, 1999.
- Festinger L., Schachter S., Back K., *Social pressures in informal groups. A study of human factors in housing*, New York, Harper & Brothers, 1950.
- Goffman E., *Les rites d'interaction*, Paris, éditions de Minuit, 1973.
- Illouz E., *Les Sentiments du capitalisme*, Paris, Seuil, 2006.
- Illouz E., « Réseaux amoureux sur Internet », *Réseaux* n° 138, 2006, 4.
- Kaufmann J.- C., *Ego. Pour une sociologie de l'individu*, Paris, Nathan, 2001.
- Le Breton D., *L'Adieu au corps*, Paris, Métailié, 1999.
- Lardellier P., *Le cœur Net. Célibat et amours sur le Web*, Paris, Belin, 2004.
- Lardellier P., *Le Pouce et la souris. Enquête sur la culture numérique des ados*, Paris, Fayard, 2006.
- Lardellier P., « De la consommation sentimentale et sexuelle de masse à l'ère d'Internet », dans Marquet J., Janssen C., *@mours virtuelles. Conjugalité et Internet*, Academia-Bruylant, Louvain-la-Neuve, 2009.
- Licoppe C. (dir.), *L'Évolution des cultures numériques. De la mutation du lien social à l'organisation du travail*, Paris, FYP, 2009.
- Leleu P., *Sexualité et Internet*, Paris, L'Harmattan, 2000.

31. Boni A., Stemart N., *Facebook et les autres réseaux sociaux*, Paris, Micro Application, 2008.

Maffesoli M., *Le Temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, Librairie des Méridiens, Klincksieck et Cie, 1988

Mercklé P., *Sociologie des réseaux sociaux*, Paris, La Découverte, Repères, 2004.

Moatti D., *La vie cachée d'Internet. Réseaux, tribus, accros*, Paris, Imago, 2002.

Minghini G., *Fake*, Paris, Allia, 2008.

Sennett, R., *Les Tyrannies de l'intimité*, Paris, Seuil, 1995.

Wievorka M., *Neuf leçons de sociologie*, Paris, Robert Laffont, 2009.